



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2014

**Einführung zum Teil I. Globaler Armutstourismus. Neue Entwicklungen.
Neue Perspektiven**

Backhaus, Norman

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-105709>

Journal Article

Published Version

Originally published at:

Backhaus, Norman (2014). Einführung zum Teil I. Globaler Armutstourismus. Neue Entwicklungen. Neue Perspektiven. Zeitschrift für Tourismuswissenschaft, 6(2):141-146.

Einführung zum Teil I

Globaler Armutstourismus

Neue Entwicklungen. Neue Perspektiven.

Norman Backhaus

Der Tourismus hat sich global zu einem der wichtigsten Industriezweige entwickelt. Je nachdem wie die Zahlen berechnet werden, übersteigt der Umsatz durch den Tourismus sogar denjenigen mit Rohöl oder Automobilen (Hall 2007). Bereits in den 1960-er Jahren wurde ihm deswegen ein großes Modernisierungspotenzial zugeschrieben. Aufgrund steigender Umsätze ging man davon aus, dass der vom Tourismus ausgehende *Trickle-down-Effekt* dazu beitragen kann, Armut zu lindern bzw. zu beseitigen (Scheyvens 2007). Im besten Fall ist es bei einem „Trickle“ geblieben, der nur in wenigen Fällen Armut effektiv beseitigen oder mindern konnte. Im schlechteren Fall werden durch „Leakages“ Geldflüsse aus der lokalen Zirkulation abgezweigt und schaffen dort keinen Mehrwert (Meyer 2007). Die Annahme, dass ökonomisches Wachstum automatisch zu Umverteilung und zur generellen Besserstellung Unterprivilegierter führt, wick der Erkenntnis, dass Armut aktiver angegangen werden muss. Geht man zudem davon aus, dass Tourismus einen positiven Effekt für die Reduktion von Armut hat bzw. haben soll, wird augenfällig, dass gerade die Staaten mit schlechten Entwicklungsindikatoren und hoher Armut signifikant weniger vom Tourismus profitieren als die reicheren Staaten v. a. des globalen Nordens. Auf der anderen Seite können die Einnahmen durch den internationalen Tourismus in diesen Ländern gegen die Hälfte ihrer Deviseneinnahmen ausmachen (Chok et al. 2007).

1 Die Prinzipien des Pro Poor-Tourismus

Auf globaler Ebene haben sich die in den 1990-er Jahren formulierten acht *Millennium Development Goals* – davon besonders für den Tourismus relevant die Beseitigung extremer Armut und Hunger, die Sicherung ökologischer Nachhaltigkeit und die Entwicklung globaler Entwicklungspartnerschaften – zu einer Richtschnur etabliert, die sich auch die UNWTO (United Nations World Tourism Organisation) auf die Fahne schreibt. Dies nicht nur, weil der internationale Tourismus äußerst umsatzstark ist, sondern auch, weil er arbeitsintensiv ist und damit Arbeitsplätze zu schaffen vermag. Entwicklungsorganisationen und Hochschulinstitute haben in diesem Zusammenhang den Begriff *Pro-Poor Tourism* (im Folgenden als PPT bezeichnet) geprägt, durch welchen touristische Aktivitäten gezielt armutsmindernd organisiert werden sollen. Der PPT gründet nach Chok et al. (2007) auf acht Prinzipien:

1. **Partizipation:** Die von Armut Betroffenen müssen Anteil an Entscheidungen haben, damit ihre Lebensunterhaltsstrategien bei der Entwicklung des Tourismus berücksichtigt werden.
2. **Ganzheitlicher Lebensunterhaltsansatz:** Ein enger Fokus auf Geldeinkommen oder Arbeitsplätze ist nicht zielführend. Deswegen muss die Breite von den lebensunterhaltsrelevanten Aspekten (ökologisch, sozial, ökonomisch; kurz- und langfristig) berücksichtigt werden.

3. **Ausgeglichener Ansatz:** Da touristische Aktivitäten in ein Netzwerk weiterer Aktivitäten eingebunden sind, müssen diese berücksichtigt werden. Komplementäre Produkte und Sektoren (z. B. Transport, Marketing) müssen den PPT unterstützen.
4. **Breite Anwendung:** Pro-Poor Prinzipien gelten für alle Tourismussektoren auch wenn sich die jeweiligen Strategien unterscheiden.
5. **Verteilung:** Es muss ein Augenmerk auf die Verteilung von Kosten und Nutzen gelegt werden und wie höheren (ökonomischen, ökologischen und sozialen) Kosten begegnet werden kann.
6. **Flexibilität:** Rezeptartiges Vorgehen wird nur den wenigsten Kontexten gerecht.
7. **Kommerzieller Realismus:** PPT-Strategien müssen auf dem Markt bestehen können.
8. **Interdisziplinäres Lernen:** Viele Aspekte von PPT sind noch nicht erforscht, deswegen ist das Lernen von Fallbeispielen essenziell.

Diese als Forderungen formulierten Prinzipien müssen in verschiedenen Kontexten umgesetzt werden. Einerseits spielen globale Regimes eine Rolle, die heute als neoliberal bezeichnet und kritisiert werden. Andererseits ist die Berücksichtigung lokaler Gegebenheiten wichtig für eine erfolgreiche Umsetzung des Konzepts. Ein funktionierender PPT hat demnach zum Ziel, den Lebensunterhalt von Armen nachhaltig zu verbessern, ohne die Basis der natürlichen Ressourcen zu beeinträchtigen oder kulturelle bzw. soziale Spannungen zu erzeugen oder aufrechtzuerhalten (Hall & Brown 2006). Er ist dabei nahe an den Forderungen des Ökotourismus, der jedoch nicht explizit auf die Armutsreduktion ausge-

richtet ist. Außerdem kann Ökotourismus als Marketinginstrument genutzt werden, während PPT – mit Ausnahme etwa beim Slumtourismus – weniger gut als Werbemittel dient. Auch wenn PPT nachhaltigen Tourismus beinhaltet und seine Prinzipien nahe am Ökotourismus sind, ist er nicht als Gütesiegel gedacht oder gar als eine besondere Form des Tourismus. Vielmehr sollten prinzipiell alle Tourismusformen PPT-tauglich gemacht werden (können) (Scheyvens 2007).

2 Kritik am Pro Poor Tourismus

Die meisten, die sich mit PPT beschäftigen sind sich darin einig, dass die formulierten Prinzipien richtig und wichtig sind und dass sie auch in einigen Fallbeispielen erfolgreich umgesetzt wurden. Die Meinungen gehen jedoch auseinander bezüglich der Implementierung. Es beginnt beim Begriff *Pro-Poor Tourism* (der in den 1990-er Jahren vom britischen Department for International Development (DfID) erstmalig verwendet wurde). Weil er als pejorativ verstanden werden kann, spricht man auch von *Sustainable Tourism Eliminating Poverty* (ST-EP; vgl. Chok et al. 2007). Auch wird argumentiert, dass Tourismus aufgrund seines Volumens als Allheilmittel im Kampf gegen die Armut betrachtet werde, was den meisten Erfahrungen jedoch widerspreche (Zhao & Ritchie 2007). Damit verknüpft ist der Kritikpunkt, dass PPT nicht losgelöst vom Umfeld eines neoliberalistisch geprägten und auf Freihandel ausgerichteten Weltmarkts betrachtet werden dürfe (Mowforth et al. 2008) und kein Gegenmittel für problematische Agrarhandelspolitiken

sein könne, welche Arme in Entwicklungsländern benachteiligen. Schaut man sich die Postulate im Einzelnen an, so werden weitere Kritikpunkte offenbar, die gerade in einem Entwicklungskontext problematisch sein können.

Partizipation ist eine *conditio sine qua non* für den PPT, da jede Umsetzung von armutsmindernden Maßnahmen auf der lokalen Ebene zumindest auf die Akzeptanz der Betroffenen angewiesen ist, im Idealfall aber durch sie kontrolliert und organisiert wird (z. B. durch *Community based tourism* (vgl. Novelli und Gebhardt 2007 und die Beiträge in diesem Heft)). Will sie aber mehr sein als eine humanitäre Hilfeleistung, die den von Armut Betroffenen zu größerer Eigenständigkeit verhelfen soll, ist eine Beteiligung von Anfang an unabdingbar. Doch kann die Beteiligung an neuen Projekten für viele Arme aus verschiedenen Gründen schwierig sein. Auch und gerade in prekären Lebenssituationen ist Zeit (und Energie) eine limitierte Ressource, die man ungern in Ungewisses investiert. Anschubfinanzierungen, die eine Beteiligung ermöglichen, könnten hier Abhilfe schaffen, auch wenn die Gefahr neuer Abhängigkeiten besteht, da das Scheitern von PPT-Projekten immer einkalkuliert werden muss (vgl. den Beitrag von Schuhbert in diesem Heft). Eine Beteiligung sollte über die physische Präsenz an Treffen und Workshops hinausgehen. Doch geschieht es häufig, dass Beteiligte sich aus sozialen (z. B. fehlende Bildung und Ausdrucksfähigkeit) oder kulturellen Gründen (z. B. wenn Frauen sich in der Gegenwart von Männern mit Wortmeldungen zurückhalten oder Indigene die Landessprache nicht oder schlecht beherrschen) nicht beteiligen wollen oder können.

Ganzheitlicher Lebensunterhaltsansatz.

Eine Beschäftigung im Tourismussektor, die zwar das ökonomische Kapital einer Person bzw. eines Haushaltes erhöht, aber gleichzeitig das natürliche oder soziale Kapital vermindert, ist nicht nachhaltig. Die Umsetzung dieses Prinzips ist allerdings schwierig, da touristische Einkommensquellen in der Regel monetär sind und in das System des kapitalistischen Wettbewerbs eingebunden sind. Das bedeutet, dass viele Tourismusunternehmen in erster Linie einen Fokus auf Wirtschaftlichkeit legen müssen, um konkurrenzfähig zu sein.

Ausgeglichener Ansatz. Aktivitäten im Tourismus können nicht losgelöst von anderen Aktivitäten oder Institutionen funktionieren, sie haben immer einen Außenbezug, nur schon durch die Reisenden, die von außen kommen, aber auch durch die Einbindung in ein Destinationsmanagement oder die Auseinandersetzung damit. Gelingt es, ein den PPT-Ansprüchen genügendes touristisches Angebot mit dem über dieses Angebot reichenden Destinationsmanagement zu verknüpfen, stehen die Chancen gut, dass es seine Ziele erreichen kann. Problematisch kann es werden, wenn ein Armutsbezug nicht in das touristische Umfeld passt bzw. von ihm abgelehnt wird.

Breite Anwendung. Im Idealfall sollte ein nachhaltiger Tourismus *per se* armutsmindernd wirken. Ähnlich einem Gender-Mainstreaming oder der Prüfung auf Umweltverträglichkeit sollten touristische Unternehmungen und Projekte auf ihre armutsmindernden Qualitäten hin überprüft werden.

Verteilung. Wie schon erwähnt, kann ein neues Tourismusprojekt bei den Beteiligten Investitionen verlangen wie dies bei vielen neu startenden Unternehmen der

Fall ist. Dies können neben finanziellen, auch zeitliche, aber auch soziale Investitionen sein. Arme haben oft nicht die Möglichkeit, auf Ressourcen zurückgreifen zu können, um diese Investitionen zu tätigen bzw. können sie das Risiko eines Verlustes nicht tragen. Hier können Vorleistungen Dritter oder Mikrokredite Abhilfe schaffen, auch wenn daraus neue Abhängigkeiten entstehen können.

Flexibilität. Kein touristisches Projekt ist wie das andere, dazu sind die Kontexte zu unterschiedlich. Die Berücksichtigung dieses Prinzips verhindert eine schematische Implementierung, lässt jedoch auch Planungswillige etwas im Ungewissen darüber, welche Instrumente zielführend sind.

Kommerzieller Realismus. Hinter diesem Prinzip verbirgt sich die Forderung, dass auch PPT-Projekte ökonomisch nachhaltig sein sollen. Damit wird auch deutlich gemacht, dass PPT nicht ein auf Altruismus beruhendes Konzept ist, sondern dem internationalen Wettbewerb standhalten können muss. Da jedes Tourismusprojekt letztlich mit seinem ökonomischen Erfolg steht oder fällt, erhält das Prinzip des kommerziellen Realismus ein besonderes Gewicht und wird rasch zum „Totschlagerargument“. Angesichts dessen, dass auch in „konventionellen“ touristischen Unternehmen in sog. Entwicklungsländern oft prekäre Arbeitsbedingungen herrschen (Hall und Brown 2006), ist die Forderung nach kommerziellem Realismus für PPT-Projekte schwer zu erfüllen.

Interdisziplinäres Lernen. PPT darf sich nicht nur auf Managementfragen abstellen, da von Armut betroffene Menschen in der Regel nicht einfach nur weniger Geld zur Verfügung haben, sondern ihre ganze

Lebensunterhaltsstrategie auf die Vermeidung von Risiken bzw. die Verringerung von Verwundbarkeiten ausgerichtet ist. Erkenntnisse aus Forschungen zu Armut sind deswegen essenziell für die Umsetzung von PPT. Umgekehrt kann in Armutskontexten auch vom Tourismusmanagement gelernt werden (vgl. den Beitrag von Zeiss & Dürkop in diesem Heft).

3 Kapitalien und Verwundbarkeit

Ein auf Freihandel basierendes Wirtschaftskonzept, das allen den gleichen Zugang zu Ressourcen, Infrastruktur und staatlichen Organisationen geben soll, bietet auf den ersten Blick auch Chancen für Arme, sich gewinnbringend daran zu beteiligen. Der zweite Blick zeigt jedoch, dass dies nur in Ausnahmefällen möglich ist, da die Spieße in diesem System ungleich verteilt sind. Denn wer Zugang zu und Kontrolle über Ressourcen hat, mit anderen Worten über Kapitalien verfügt, kann sich im (neoliberalen) Wirtschaftssystem besser durchsetzen als andere (Mowforth et al. 2008). Obwohl von Armut betroffene Haushalte über eine geringe Kapitalbasis verfügen, leben sie oft in Kontexten, die als touristische Ressource genutzt werden können, z. B. attraktive Landschaften, Wildlife oder kulturelle Artefakte (vgl. die Beiträge von Seiler & Backhaus sowie Kuch). Diese Ressourcen können die Basis eines PPT bilden, doch auch nur, wenn die Armen Zugang dazu haben. Denn die Annahme, dass Ressourcen wie Landschaften frei zugänglich und nutzbar sind wie dies von Chok et al. (2007) postuliert wird, trifft nur in seltenen Fällen zu. In urbanen Armutskontexten sind in der Regel

auch diese Ressourcen nicht vorhanden. Eine Ausnahme bilden die Situationen, in denen die Armut selbst (z. B. beim Slum-tourismus) zur touristischen Attraktion und somit zur Ressource wird. Man muss letztlich davon ausgehen, dass es für Arme auch in Projekten, die sich als PPT verstehen, aufgrund ihrer eingeschränkten Verfügbarkeit über Kapitalien schwieriger ist, zu partizipieren als für andere (siehe oben).

Die Verwundbarkeit von Armen bezieht sich einerseits auf ihre Kapitalien bzw. deren Nichtvorhandensein, andererseits aber auch auf den Kontext, in dem sie leben. Touristisch interessante Gebiete sind oft Teil von empfindlichen Ökosystemen, die selbst verwundbar sind und keinen Massentourismus erlauben, so dass auch die Einkommensmöglichkeiten durch den Tourismus beschränkt bleiben.

4 Ist armutsmindernder Tourismus überhaupt möglich?

Auf die Frage, ob PPT überhaupt möglich ist, mit „nein“ zu antworten würde bedeuten, dass einer der potentesten Wirtschaftszweige keinen Beitrag zur Armutsreduktion leisten kann und im schlimmsten Fall noch zur Steigerung von Armut beiträgt. Bei einem „Ja“ muss nach den Bedingungen gefragt werden, in denen PPT funktionieren kann. Die im Folgenden skizzierten Überlegungen zeigen Möglichkeiten auf, beanspruchen aber keine Vollständigkeit.

Am einfachsten können sich von Armut Betroffene im *informellen Sektor* in das Geschäft mit den Touristen einklinken und davon profitieren, da keine bürokratischen Hindernisse dies verhindern und mit geringsten Mitteln partizipiert werden kann.

Allerdings gibt es auch hier Hürden zu überwinden. Es ist wohl nur in den seltensten Fällen möglich, sich kostenfrei in einen bestehenden touristischen Kontext zu integrieren. Etablierte Straßenhändler haben ihre räumlichen (und zeitlichen) Claims abgesteckt, Aufsichtsorgane wie die Polizei tolerieren die Besetzung des öffentlichen Raums oft nur durch Erhalt ökonomischer oder sozialer Ressourcen und die potenzielle Kundschaft muss vom Angebot zunächst überzeugt werden, wozu auch Skills notwendig sind. Der informelle Sektor kann jedoch ein Einstieg sein, die darin Wirtschaftenden bleiben allerdings verwundbar.

Gemäss Hall & Brown (2006) sind lokale bzw. einheimische Touristen eher bereit bei lokalen Verkäufern einzukaufen als ausländische, da sie die Qualität des Angebots besser einschätzen können und es gewohnt sind, in ähnlichen Kontexten Waren und Dienstleistungen zu erstehen. Auch fällt hier in der Regel die Sprachbarriere weg, die einen Austausch mit ausländischen Touristen erschwert. Am ehesten überwunden wird diese durch sog. Budget-Reisende, die an günstigen Angeboten interessiert sind und oft eine Abneigung gegen massentouristische Angebote hegen. Damit ist auch gesagt, dass touristische Angebote von Armen eher Erfolg haben, wenn sie günstig sind. Dies steht zwar im Einklang mit den geringen Investitionsmitteln, die Arme zur Verfügung haben, doch reflektiert es oft nicht die Zeit, die für ein Produkt oder eine Dienstleistung aufgewendet werden muss. Hinsichtlich dieses Aspekts unterscheiden sich der Natur- und Ökotourismus oft, da hier eher Angebote im höherpreisigen Segment gemacht werden. Dennoch sind für Anbieter dieser Tourismusformen lokale Ansprech-

partner wichtig und sie können deshalb eine wichtige Rolle für PPT spielen.

Schwieriger wird die Integration beim Massentourismus. Dieses Segment stellt den Mainstream dar, adressiert die meisten Touristen und ist wohl am stärksten der internationalen Konkurrenz ausgesetzt. Zwar werden durch den Massentourismus auch die meisten Arbeitsplätze generiert, aber auch hier übersteigt das Reservoir an adäquat ausgebildeten Arbeitskräften oft das Angebot und die Konkurrenz unter den Arbeitssuchenden bzw. Anbietern von Produkten oder Dienstleistungen ist dementsprechend groß.

Im Luxussegment (zu dem auch der wachsende Markt an Kreuzfahrtreisen zählen kann) sind in noch stärkerem Masse Qualifikationen gefragt, die selten zu den Kapitalien der armen Bevölkerungsschichten gehören.

Die besten Chancen für von Armut Betroffene, sich (selbst) in den Touris-

mus zu integrieren, bestehen somit v. a. im informellen Sektor. Die Unsicherheit ist hier jedoch hoch und eine Reduktion der Vulnerabilität nur bei guten Erfolgen möglich. Projektunterstützt bestehen v.a. dort gute Chancen, einen PPT zu etablieren, wo ein Bezug zur Lokalbevölkerung hergestellt werden kann oder – aufgrund der Ausrichtung der Tourismusform – sollte. Hier besteht die Herausforderung, von einer anfänglichen Unterstützung auf die Selbstständigkeit hinzuwirken und keine Privilegien für die Partizipierenden gegenüber Newcomern zu schaffen.

Die Beiträge in diesem Heft zeigen erfolgreiche, aber auch problematische Beispiele und Zugänge zur Armutsminderung durch den Tourismus auf. Die Bandbreite der Kontexte, in denen der Tourismus auf Armut trifft ist ebenso weit gefächert wie die geographische Lage der Fallbeispiele.

Bibliographie

- Chok, S., Macbeth, J. & Warren, C. (2007). Tourism as a Tool for Poverty Alleviation: A Critical Analysis of "Pro-Poor Tourism" and Implications for Sustainability. *Current Issues in Tourism*, 10(2), 144–165.
- Hall, C. M. (2007). Editorial: Pro-poor tourism: Do "tourism exchanges benefit primarily the countries of the South"? In: C. M. Hall (Ed.), *Pro-poor tourism: Who benefits? Perspectives on tourism and poverty reduction* (pp. 1–8). Clevedon: Channel View Publications.
- Hall, D. & Brown, F. (2006). *Tourism and welfare: Ethics, responsibility and sustained well-being*. Wallingford: CABI.
- Meyer, D. (2007). Pro-poor tourism: From leakages to linkages. A conceptual framework for creating linkages between the accommodation sector and "poor" neighbouring communities. *Current Issues in Tourism*, 10(6), 558–583.
- Mowforth, M., Charlton, C. & Munt, I. (2008). *Tourism and responsibility: Perspectives from Latin America and the Caribbean*. Journal of Sustainable Tourism, 17. London: Routledge.
- Novelli, M. & Gebhardt, K. (2007). Community Based Tourism in Namibia: "Reality Show" or "Window Dressing"? *Current Issues in Tourism*, 10(5), 443–479.
- Scheyvens, R. (2007). Exploring the Tourism-Poverty Nexus. *Current Issues in Tourism*, 10(2), 231–254.
- Zhao, W. & Ritchie, J. R. B. (2007). Tourism and Poverty Alleviation: An Integrative Research Framework. *Current Issues in Tourism*, 10(2), 119–143.